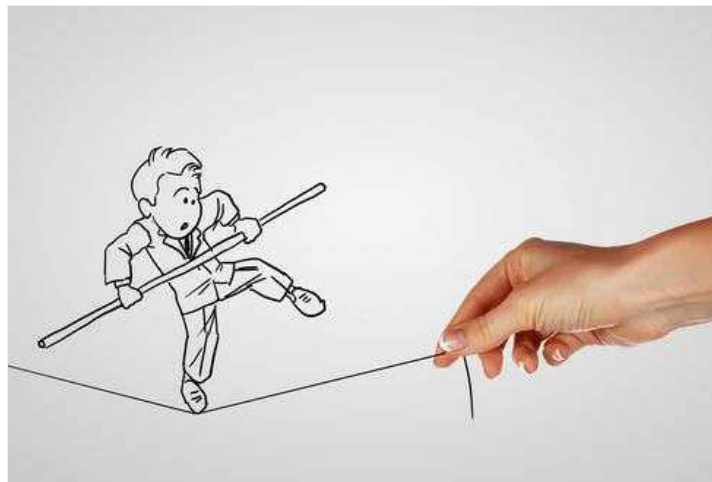


Branże o wysokim ryzyku w Niemczech



Do najbardziej ryzykownych branż w Polsce należą obecnie usługi turystyczne, firmy budowlane oraz poligrafia. W Niemczech największe ryzyko występuje w sektorze usług oraz w centrach obsługi klientów. Branża budowlana w RFN ma się całkiem dobrze.

Koniunktura w Niemczech jest dobra, a sytuacja gospodarcza stabilna, ale jak się okazuje nie dla wszystkich branż. Z niemieckiego rynku najszybciej znikają centra obsługi klienta, firmy pocztowe, wypożyczalnie wideo i roboty rozbiórkowe, czyli przede wszystkim biznes związany z usługami.

W pierwszej połowie 2012 r. niemieckie firmy zgłosiły 15,2 tys. wniosków o upadłość, to nieco więcej w porównaniu do roku poprzedniego, kiedy zgłoszono ponad 15,09 tys. wniosków. Pewne negatywne tendencje odnotowano również w firmach związanych z budownictwem, mimo tego, że w samym budownictwie sytuacja w Niemczech jest stabilna, a perspektywy na rozwój są dosyć dobre.

Straty finansowe będące efektem upadłości niemieckich firm w pierwszej połowie 2012 r. wyniosły 16,2 mld euro. Zła sytuacja firm przełożyła się również częściowo na ich niewypłacalność w stosunku do pracowników i zleceniodawców. W pierwszej połowie 2012 r. zagrożonych było 150 tys. miejsc pracy, w roku poprzedzającym było to o 36,6 proc. pracowników mniej.

Usługi najbardziej zagrożone

Na liście najbardziej zagrożonych upadkiem firm znalazły się centra obsługi klienta, tych na 10 tys. przedsiębiorstw było aż 807, kolejne w rankingu miejsce zajmuje działalność pocztowa, przesyłki kurierskie i ekspresowe – 714 firm na 10 tys. Z dobrą koniunkturą pożegnały się również wypożyczalnie wideo – 662 upadłości na 10 tys. przedsiębiorstw oraz roboty rozbiórkowe – 637 upadłości na 10 tys. przedsiębiorstw. Dalej na liście najczęściej zamykanych firm znajdują się firmy prowadzące usługi gastronomiczne, montaż rusztowań, pozostałe usługi gastronomiczne w tym sprzedaż alkoholu, bary, dyskoteki i kluby oraz usługi przeprowadzkowe.

Branża	Upadłości na 10 000 przedsiębiorstw
Centra obsługi klienta	807
Pozostała działalność pocztowa, przesyłki kurierskie i ekspresowe	714
Wypożyczalnie video	662
Roboty rozbiórkowe	637
Usługi gastronomiczne	629
Montaż rusztowań	578
Pozostałe usługi gastronomiczne, w tym sprzedaż alkoholu	572
Bary	568
Dyskoteki i kluby	550
Usługi przeprowadzkowe	530

Źródło: Creditreform za I połowę 2012 r.

Największe upadłości korporacyjne

Niektóre dane są wręcz zaskakujące – przede wszystkim upadłości nie dotyczą tylko małych firm. Największą korporacją, która w ubiegłym roku zwolniła pracowników i ogłosiła upadłość była jedna z największych w Niemczech sieć drogerii Schlegler. Problemy firmy ciągnęły się już od długich lat, także zamknięcie firmy nie było wywołane nagłą sytuacją czy zmianą na rynku, bardziej była to kumulacja i podsumowanie nieudolnych działań zarządu firmy zwłaszcza w kwestiach związanych z marketingiem, zbyt wysokimi cenami oraz słabą lokalizacją sklepów. W końcu wierzyciele zdecydowali się podzielić firmę, zgłoszone roszczenia opiewają na 665 mln euro. Grupa Schlegler w tym wszystkie krajowe i zagraniczne spółki-córki zatrudniała łącznie około 52 tys. pracowników.

Firma	Liczba pracowników
Sieć drogerii Schlecker	52 000
Q-Cells (producent w branży energii słonecznej)	2 510
Meteor Gummiwerke (produkcja uszczelek do samochodów, pociągów, samolotów i budynków)	2 300
Siag Schaaf Industrie – Dostawca turbin wiatrowych	1 870
Ruia Globalny Fasteners AG – Producent śrub	1 400
Leiser Fabrikations- und Handelsgesellschaft GmbH & Co. KG (przemysł odzieżowy)	1 400
Müller-Brot GmbH – Produkcja wyrobów piekarskich	1 200
ADA – Das Systemhaus GmbH (handel hurtowy w branży urządzeń przetwarzania)	1 040
NextiraOne Niemcy GmbH – Branża IT/ telekomunikacja	800
DURA-Gruppe – Przemysł tekstylny i samochodowy	780

Źródło: Creditreform za I połowę 2012 r.

Branża paneli fotowoltaicznych wymieciona z rynku

Na liście zlikwidowanych znalazły się również duże firmy zajmujące się energią odnawialną, branżą która w Niemczech jest wspierana specjalnymi dofinansowaniami, w ubiegłym roku jednak kilka firm z tej branży znalazło się w szczególnie trudnej sytuacji. Federalny Związek Energetyki Solarnej (BSW) ocenia, że w wyniku upadłości pracę w tej branży straciło około 30 tys. osób.

W 2012 r. upadła jedna z czołowych firm przemysłu fotowoltaicznego, firma Q-Cell, która jeszcze kilka lat temu była jednym z największych producentem paneli fotowoltaicznych na świecie, a także symbolem innowacyjności i zaawansowania technologicznego. Pod koniec 2008 r. firma wyceniana była na 8 mld euro. Od tego czasu sytuacja firmy jednak stopniowo się pogarszała. Na początku 2012 r. wartość firmy spadła do 35 mln euro mimo tego, że w ostatnich latach niemiecki rynek fotowoltaiczny rósł w rekordowym tempie, a niemiecki rząd wpompował w niego miliardowe subsydia. Nie jest to jedyna firma z tej branży która miała problemy. W podobnej sytuacji znalazł się wcześniej berliński Solon (wykupiony przez hinduską firmę Microsol) a także firma Erlange-Solar Millenium oraz Scheuten Solar z Fraiburga, która osiem lat temu była największym producentem paneli fotowoltaicznych na świecie. Firmy Solarhybrid i Ordersun podzieliły podobny los. Niemieckie firmy branży fotowoltaicznej padają, bo nie są w stanie konkurować z producentami z Chin, którzy systematycznie obniżają ceny swoich produktów. Błędy popełnili również niemieccy politycy, poprzez wielokrotną zmianę ustawy o odnawialnych źródłach energii.

Mimo tych problemów, Niemiecki Związek Energetyki Solarnej opowiada się za dalszą rozbudową branży paneli fotowoltaicznych w Niemczech. Do 2020 roku udział energii solarnej w niemieckiej energetyce ma wzrosnąć przynajmniej o 10 proc. Docelowo planuje się osiągnięcie udziału tych źródeł energii na poziomie 20-30 proc. w stosunku do pozostałych.

Trudna sytuacja branży odzieżowej

Wskutek kryzysu branża odzieżowa znajduje się obecnie w nienajlepszej sytuacji. Tak jest również w Niemczech. W ubiegłym roku na całym świecie został odnotowany rekordowy wzrost upadłości firm działających na tym polu. Jedną z przyczyn tych trudności jest fakt, że sprzedawcy detaliczni mają problem z pozyskaniem zewnętrznego finansowania i kredytów, których warunki udzielenia zostały w ostatnim okresie czasu zaostrzone. Dodatkowo wzrost cen energii i żywności spowodował reorganizację domowych budżetów konsumentów, którzy coraz mniej środków przeznaczają na zakup nowej odzieży. Potrzeby związane z zakupem nowej odzieży zostają wobec tego oddalone w czasie. Analitycy przewidują, że w 2013 r. tendencja ta ulegnie zaostrzeniu. Główne zagrożenie wywołują producenci i importerzy odzieży z Chin i innych regionów Azji. Sytuacja na tym rynku jest szczególnie trudna, eksperci spodziewają się zwiększonej liczby upadłości firm odzieżowych w roku obecnym. Firmom które chcą przetrwać na rynku eksperci doradzają rozwinięcie sieci dystrybucji i rozwój technologiczny oraz uwzględnienie ryzyka niewypłacalności kontrahentów, poprzez zabezpieczenie własnej płynności finansowej np. za pomocą ubezpieczenia kredytu kupieckiego.

Gastronomia również odczuwa skutki kryzysu

Nielatwa sytuacja jest również obecnie w branży gastronomicznej. Tutaj upadają zazwyczaj małe firmy, które zakładane były z myślą o dużych zyskach. To nie jest dobry czas na otwieranie nowych lokali, restauracji, barów i pubów. Taka sytuacja może potrwać jeszcze przez dłuższy czas. Główne problemy wynikają z ograniczenia budżetów domowych i przeznaczanie coraz mniejszych kwot na rozrywkę. Ceny jedzenia w restauracjach w Niemczech są dużo większe od kosztów ich przygotowania w domu. Podobnie sytuacja ma się z alkoholem, który w brach i klubach jest bardzo drogi.

Polacy w Niemczech chętnie zakładają małe firmy gastronomiczne, przetrwać na tym rynku jest jednak bardzo trudno. Konkurencja jest duża, a koszty prowadzenia działalności w gastronomii są bardzo wysokie. Rosną również ceny produktów i energii, co sprawia, że sytuacja jest niełatwa. W związku z tym jeśli rozważamy otwarcie firmy w tym sektorze warto przeprowadzić gruntowną kalkulację kosztów związanych z prowadzeniem takiej działalności

gospodarczej i uwzględnić wszystkie czynniki ryzyka.

Jak inwestować by nie stracić

Każdy, kto decyduje się na otwarcie własnej firmy podejmuje ryzyko, nikt nie jest w stanie ocenić czy dany biznes powiedzie się i przyniesie przedsiębiorcy i jego nowej firmie oczekiwane zyski. Ryzyko to można jednak zminimalizować, przede wszystkim poprzez dokładną analizę rynku, zebranie informacji o konkurencji, branży, wyszukanie firm o podobnym profilu, które pojawiły się ostatnio na rynku i sprawdzenie ich obecnego stanu funkcjonowania. Część informacji można zdobyć przeszukując źródła w internecie. Jeśli branża w której chcemy działać znajduje się w branży ryzyka, to warto przewidzieć z góry trudne sytuacje w jakich potencjalnie możemy się znaleźć i określić sposoby wyjścia z niej. Prowadzenie firmy na niemieckim rynku nie jest łatwe, mimo tego, że same formalności są proste i nie zajmują wiele czasu, to jednak pod uwagę należy wziąć różnice kulturowe, biznesowe i inne nawyki oraz oczekiwania konsumentów, które trzeba poznać zanim zdecydujemy się na otwarcie firmy. Ważne jest również doświadczenie w branży w której chcemy działać, spontaniczne biznesy w obecnej sytuacji gospodarczej mają słabe szanse na przetrwanie. Tylko ci, którzy świetnie znają branżę i dobrze przygotowują się do prowadzenia firmy mają szanse na zyski. Bezpłatnych informacji dla Polaków chcących otworzyć własną firmę na terenie Republiki Federalnej Niemiec udziela Wydział Promocji Handlu i Inwestycji działający przy polskiej ambasadzie w Berlinie oraz Polsko-Niemieckie Towarzystwo ds. Wspierania Gospodarki.

Udostępnij

0

Lubię to!

Napisane przez admin 11 lutego 2013 w Baza wiedzy, Biznes

0 comments

★ 0



Leave a message...

Discussion

Community

Share



Comment feed Subscribe via email



Dodaj komentarz...

Skomentuj, korzystając z...

Wtyczka społecznościowa Facebooka